

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker & David. (1996). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spectrum Mitra Utama.
- _____. (1991). *Managing Brand Equity*. San Francisco: Free Press
- Astuti & Cahyadi. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya diri Pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Journal Economic Education*, 5, 30-46.
- Darmadi Durianto, Sugiarto & Tony Sitinjak. (2001). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk. Jakarta: Erlangga.
- Daryanto & Ismanto Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Etta Mamang, S & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farah Ahmad & Najeeb, U. K. (2015). An Emprical Study on the effect of Brand Equity of Mobile Phones on Customer Satisfaction. *International Journal of Marketing Studies*, 7, 40-49.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbitan Undip.
- _____. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Undip.
- Hawkins & Lonney. (2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan terhadap merek pada konsumen pasta gigi Pepsodent di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Terpadu*, 37, 36-50.
- Herma Yunitasari & Ahyar Yuniawan. (2006). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merk Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merk Toyota. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 3, 15-21.
- IDC. (2016). Indonesia Smartphone Market Ends the Year on a High Note in 2015 Q4, Says IDC Indonesia. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP41041116>. (diakses pada tanggal 7 November 2016).
- Ihwan Susila. (2004). *Aplikasi Model Pemasaran Struktural (Structural Equation Modelling/SEM)*. Surakarta: Fakultas Ekonomi UMS.
- Keller & Kevin Lane. (1993). Conceptualizing, Measuring and Managing Consumer Based Brand Equity. *Journal of Research Marketing*, 57, 1-22.

- _____. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotler, Philip & Keller K Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 jilid 1. New Jersey : Prentice Hall.
- _____. & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallind: Jakarta
- Lee, G. C & Leh, F. C. Y. (2011). Dimensions of Customer Based Brand Equity: A Study on Malaysian Brands. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2011, 1-10.
- Pascasari, P. D & Bernarto, I. (2009). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen The Coffee Bean And The Leaf. Benton Junction, Lippo Karawaci. *DEREMA Jurnal Manajemen*, 4, 11-20.
- Mowen, J. C & Minor. (1998). *Perilaku Konsumen*. Erlangga: Jakarta
- Nachrowi, D. (2006). *Pendekatan Populer dan Praktis: Ekonometrika untuk analisis ekonomi dan keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia.
- Ravi P. & Pascale Q. (2006). Does customer Satisfaction lead to Improved brand equity? An empirical examination of 10 categories of retail brand. *Journal of Product & Brand Management*, 15, 4-14.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Siti Fatmahan. (2010). *Tahapan dan Sistematika Usulan Penelitian*. Surakarta: UNS Press.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Travis, C. (2007). *Psikologi*. Edisi Kesembilan. Jilid 2. (terjemahan : Padang Mursalin dan Dinastuti). Jakarta : Erlangga
- Ujang Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.